



No. 2022-139

품목 영유아 이유식(Baby Food)

HS CODE 1901.10

국가 인도(India)



CONTENTS

I

시장 현황 및 통계

3

1. 시장 현황
2. 수출입 통계

II

유통

11

1. 유통구조
2. 주요 유통채널 분석

III

통관 및 제도

23

1. 통관 및 검역
2. 인증
3. 라벨링
4. 위생요건

IV

시사점

43

1. 수출 확대 방안

I

시장 현황 및 통계



01 시장 현황

인도 영유아 이유식 시장 규모

2022년 인도 이유식 시장 규모는 전년 대비 약 9.2% 증가한 705억 100만 루피(약 1조 1,358억 원)를 기록할 것으로 예측되며, 최근 5년간(2018~2022년) 연평균 약 9.4% 증가함

- 인도 소비자들의 유아 건강 및 웰빙에 대한 인식 향상과 소득 증가로 영유아 이유식 시장은 꾸준히 성장세를 기록함
- 면역과 건강을 중요시함에 따라 천연 성분으로 만든 고품질 유기농 이유식에 대한 수요가 높아지면서 업체들은 다양한 제품을 출시하고 있음. 대표적인 예로, 인도 영유아 이유식 주요 업체인 Nestlé의 산하 브랜드 Ceregrow는 100% 유기농 라기¹⁾, 밀, 우유 및 쌀로 만든 생후 12개월 이상의 유아를 위한 유기농 시리얼을 개발함

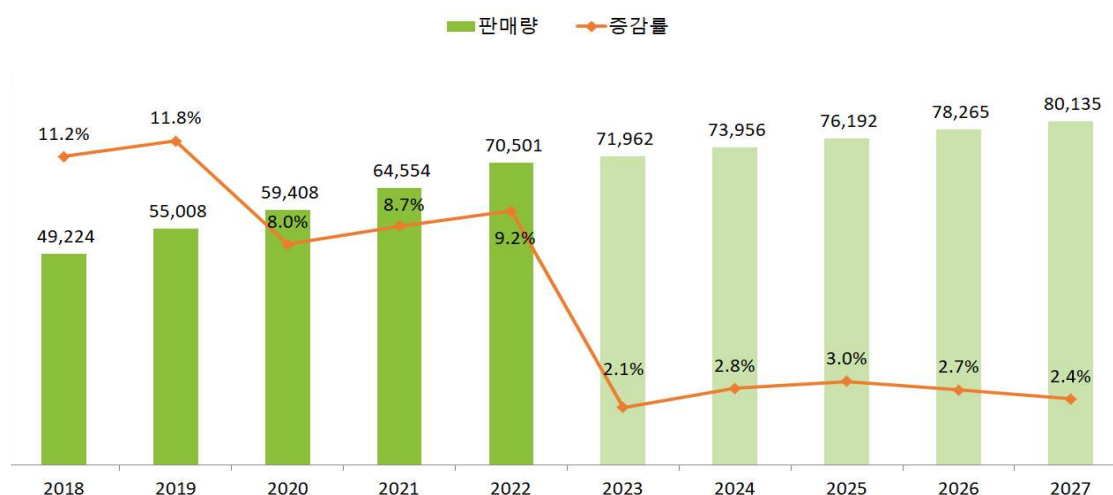
향후 시장 규모는 2027년까지 연평균 성장률 2.7%로 증가하여 약 801억 3,500만 루피(약 1조 2,910억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 1

인도 이유식 시장 규모 추이(2018~2027년)

(단위: 백만 루피, %)



자료: Euromonitor International

1) 라기(Ragi)는 단백질과 미네랄이 풍부한 곡물로 인도 내 건강한 영유아 식품에 대한 관심이 커짐에 따라 라기를 함유한 제품이 많이 출시되고 있음

인도 영유아 이유식 시장 세부 유형별 현황

인도 영유아 이유식 시장은 건조 이유식, 기타 이유식, 분유로 분류할 수 있음

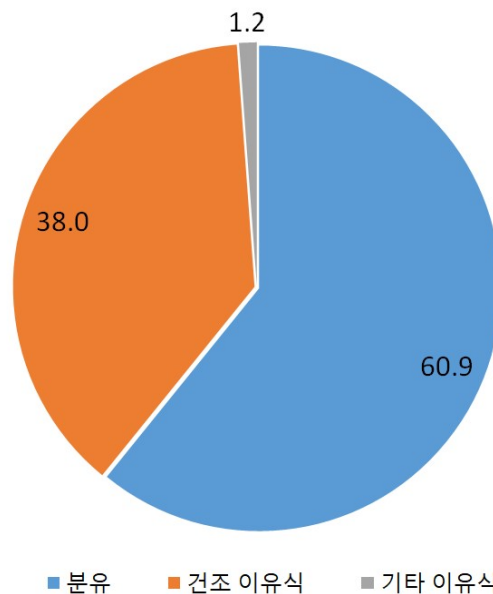
- 2022년 매출액 기준 분유가 429억 680만 루피(약 6,912억 원)로 전체의 60.9%를 차지함. 이어서 건조 이유식(38.0%), 기타 이유식(1.2%) 순으로 나타남
- 2022년 분유 시장 규모는 전년 대비 10.3% 증가하여 가장 크게 성장하였으며, 이어서 건조 이유식(7.6%), 기타 이유식(5.2%) 순을 기록함
- 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 분유가 10.2%로 가장 높고, 이어서 건조 이유식(8.3%), 기타 이유식(5.0%) 순을 기록함



그림 2

인도 영유아 이유식 시장 세부 유형별 비중(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

인도 영유아 이유식 시장 업체별 점유율

인도 영유아 이유식 시장의 주요 업체로는 Nestlé India, Nutricia International Pvt, Abbott India, Abbott Laboratories, Raptakos Brett & Co 등이 있음. 2021년 기준 상위 5개 업체의 점유율이 약 85.3%를 차지함

- 1위 업체 Nestlé India는 점유율 62.5%를 기록하였으며, LACTOGROW, Ceregrow, NANGROW 등의 브랜드를 통해 영유아 분유 및 기타 유제품, 시리얼 등을 취급하고 있음
- Nutricia International Pvt는 11.4%의 점유율로 2위를 차지하였으며, 영유아 및 성인을 위한 영양 관리 제품을 취급하고 있음
- Abbott India는 점유율 4.5%로 3위를 기록했으며, Similac, PediaSure, EleCare 등의 브랜드를 통해 영유아 분유 및 기타 유제품, 조제식 등을 취급하고 있음



그림 3

인도 영유아 이유식 시장 업체별 점유율 추이(2018-2022년)

(단위: %)

	업체명	2018	2019	2020	2021	2022
1	Nestlé India	64.4	63.7	63.6	61.4	62.5
2	Nutricia International Pvt	10.1	10.1	10.3	11.0	11.4
3	Abbott India	3.4	3.7	3.9	4.1	4.5
4	Abbott Laboratories	3.3	4.0	3.8	4.0	3.8
5	Raptakos Brett & Co	3.8	3.7	3.3	3.1	3.1
	상위 5개사 총합	85.0	85.2	84.9	83.6	85.3
	기타 업체 총합	15.0	14.8	15.1	16.4	14.7
	총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

조사 대상 품목의 HS CODE

조사 대상 품목의 HS CODE는 다음과 같음

HS CODE 1901: 맥아 추출물(extract)과 고운 가루·부순 알곡·거친 가루·전분이나 맥아 추출물(extract)의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정한 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 40 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다], 제0401호부터 제0404호까지에 해당하는 물품의 조제 식료품[코코아를 함유하지 않은 것이나 완전히 탈지(脫脂)한 상태에서 측정한 코코아의 함유량이 전 중량의 100분의 5 미만인 것으로 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다]

HS CODE 1901.10: 영유아·어린이용 조제 식료품(소매용으로 한정한다)

국가별 HS CODE

- 글로벌: 1901.10
- 인도: 1901.10
- 한국: 1901.10

글로벌 영유아 이유식 수입 규모

2021년 글로벌 영유아 이유식(HS CODE 1901.10) 수입 규모는 111억 7,156만 4,000달러로 최근 5년간(2017~2021년) 연평균 0.5% 증가함

- 상위 5개 수입국은 중국, 사우디아라비아, 베트남, 영국, 말레이시아이며, 이 중 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 영국과 말레이시아로 각각 3.9%, 3.3%를 기록함
- 2021년 기준 인도는 2,062만 9,000달러를 수입하여 전체 수입 규모의 약 0.2%를 차지하였으며, 전체 수입국 중 67위를 차지함



그림 4 글로벌 영유아 이유식 수입 규모 추이(2017-2021년)

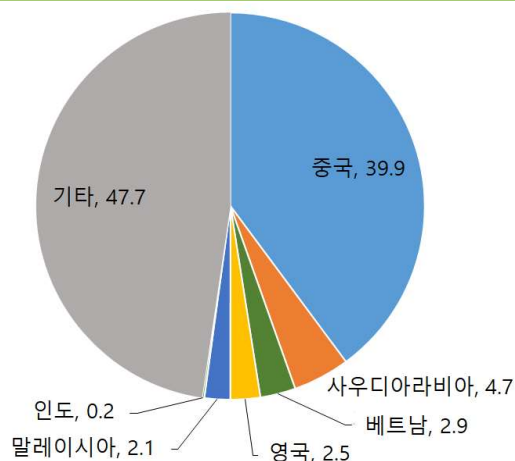
(단위: 천 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	10,942,084	12,150,584	12,512,211	12,519,649	11,171,564	0.5
1 중국	4,071,606	4,888,489	5,330,701	5,218,026	4,453,193	2.3
2 사우디아라비아	559,643	513,984	580,541	566,988	528,439	-1.4
3 베트남	290,454	230,119	271,836	286,014	328,789	3.1
4 영국	237,441	263,274	284,414	350,392	276,872	3.9
5 말레이시아	209,699	251,322	230,416	262,903	238,859	3.3
67 인도	13,896	28,232	20,022	25,897	20,629	10.4
기타	5,559,345	5,975,164	5,794,281	5,809,429	5,324,783	-1.1

자료: ITC



그림 5 글로벌 영유아 이유식 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

인도 영유아 이유식 수입 규모

2021년 인도의 영유아 이유식 수입 규모는 對태국 수입액이 1,350만 2,000달러로 전체의 65.5%를 차지하며 1위를 기록함

- 이어서 싱가포르(28.9%), 네덜란드(5.6%) 순으로 높게 나타남
- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 태국으로 16.6%를 기록한 반면, 네덜란드는 -12.1%로 감소세를 보임

최근 5년간 對한국 수입액은 2018년 7,000달러를 제외하고는 수입 실적이 없는 것으로 나타남



그림 6

인도 영유아 이유식 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

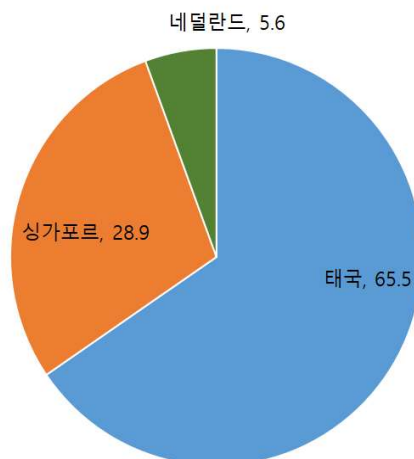
국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	13,896	28,232	20,022	25,897	20,629	10.4
1 태국	7,315	11,485	9,508	14,841	13,502	16.6
2 싱가포르	4,645	8,363	6,548	9,362	5,970	6.5
3 네덜란드	1,934	7,945	2,876	1,283	1,156	-12.1
4 한국	-	7	-	-	-	-
5 방글라데시	-	-	7	-	-	-
기타	2	432	1,083	411	1	-15.9

자료: ITC



그림 7

인도 영유아 이유식 국가별 수입 비중(2021년)



자료: ITC

한국 영유아 이유식 수출 규모

2021년 한국의 영유아 이유식 수출 규모는 1억 1,077만 1,000달러를 기록함
 - 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 7.9%를 기록함

최근 5년간 한국의 對인도 영유아 이유식 수출액은 없는 것으로 나타남

 그림 8 한국의 對글로벌 영유아 이유식 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

구분		2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
對글로벌	수출액	81,677	104,427	100,407	95,150	110,771	7.9
	수출액 (YoY)	-35.2	27.9	-3.8	-5.2	16.4	-

자료: KATI농식품수출통계

II

유통



01 유통구조

인도 영유아 이유식 유통구조

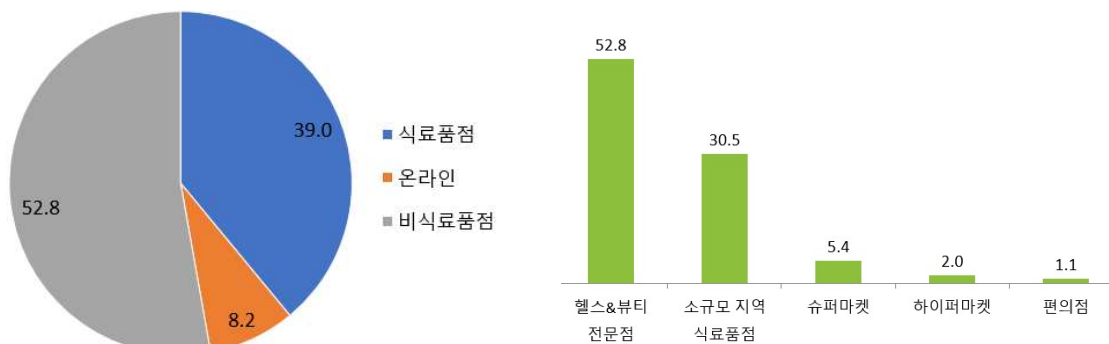
2021년 기준 인도 영유아 이유식의 유통구조는 크게 오프라인 소매 채널(Offline Retail Channels)과 온라인 소매 채널(Online Retail channels)로 분류할 수 있으며, 각각 전체 유통채널의 91.8%, 8.2%를 차지함

오프라인 소매 채널의 세부 유형별 점유율은 비식료품점(52.7%), 식료품점(39.1%) 순으로 나타남

- 비식료품점의 경우 헬스&뷰티 전문점이 52.8%를 차지함
- 식료품점 중 소규모 지역 식료품점이 30.5%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 슈퍼마켓(5.4%), 하이퍼마켓(2.0%), 편의점(1.1%) 순으로 나타남

최근 5년간(2017-2021년) 가장 높은 연평균 성장률을 기록한 유통채널은 온라인(33.3%)이며, 이어서 슈퍼마켓(3.5%), 하이퍼마켓(2.7%), 편의점(2.4%) 순으로 나타남. 반면, 소규모 지역 식료품점(-1.1%), 헬스&뷰티 전문점(-2.3%)은 마이너스 성장을 기록함

그림 9 인도 영유아 이유식 유통채널별 시장 점유율(좌) 및 세부 점유율 현황(우)(2021년)



자료: Euromonitor International

02

주요 유통채널 분석

인도 소매 시장 현황

Euromonitor에 따르면, 2022년 인도 소매 시장 규모는 전년 대비 14.2% 증가한 59조 4,199억 7,600만 루피(약 940조 240억 원)를 기록할 것으로 예측되며, 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 약 8.0%로 기록함

- 코로나19로 마이너스 성장률을 기록했던 2020년 이후 경제가 회복되면서 인도 소매 시장은 최근 2년간(2021-2022년) 두 자릿수의 높은 성장률을 보임
- 쇼핑몰, 백화점 등의 방문 제한이 완화되거나 해제되어 오프라인 소매 거래가 증가하면서 코로나19 이전의 매출 수준을 회복함
- 전자상거래 시장은 팬데믹 기간 동안 급격히 성장하였으며, 인도의 높은 인터넷 및 스마트폰 보급률에 힘입어 향후에도 높은 성장세를 보일 것으로 전망됨

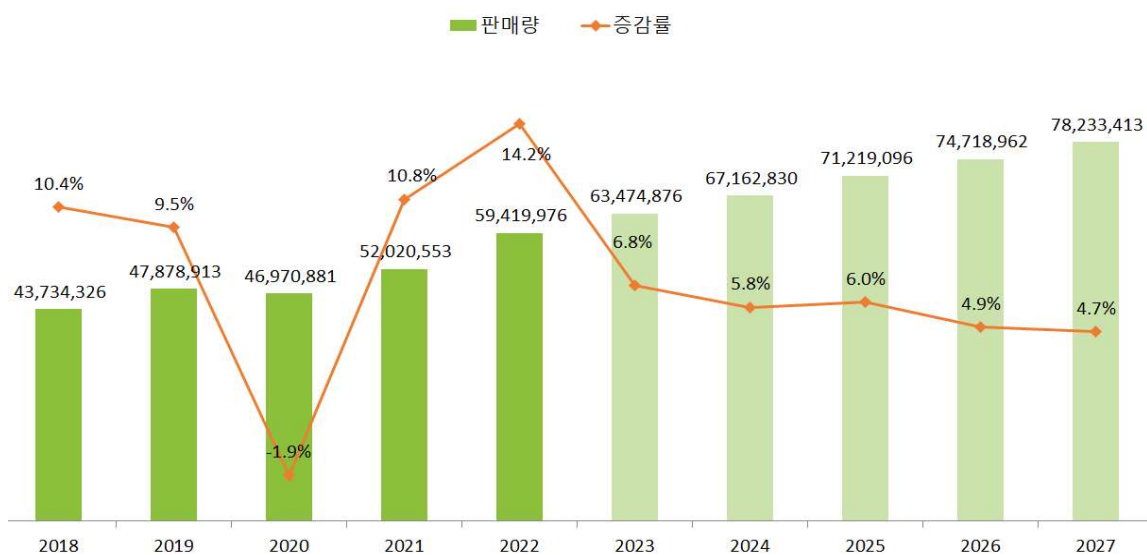
인도 소매 시장은 향후 2027년까지 연평균 성장률 5.4%로 증가하여 약 78조 2,334억 1,300만 루피(약 1,237조 6,526억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 10

인도 소매 시장 규모 추이(2018-2027년)

(단위: 백만 루피, %)



자료: Euromonitor International

오프라인 유통채널

2022년 오프라인 시장 규모는 전년 대비 약 13.9% 증가한 55조 4,591억 2,200만 루피(약 877조 3,633억 원)를 기록할 것으로 예측되며, 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 약 7.2%를 기록함

- 2022년 기준 인도 소매 시장에서 오프라인 유통채널이 차지하는 비중은 약 93%임

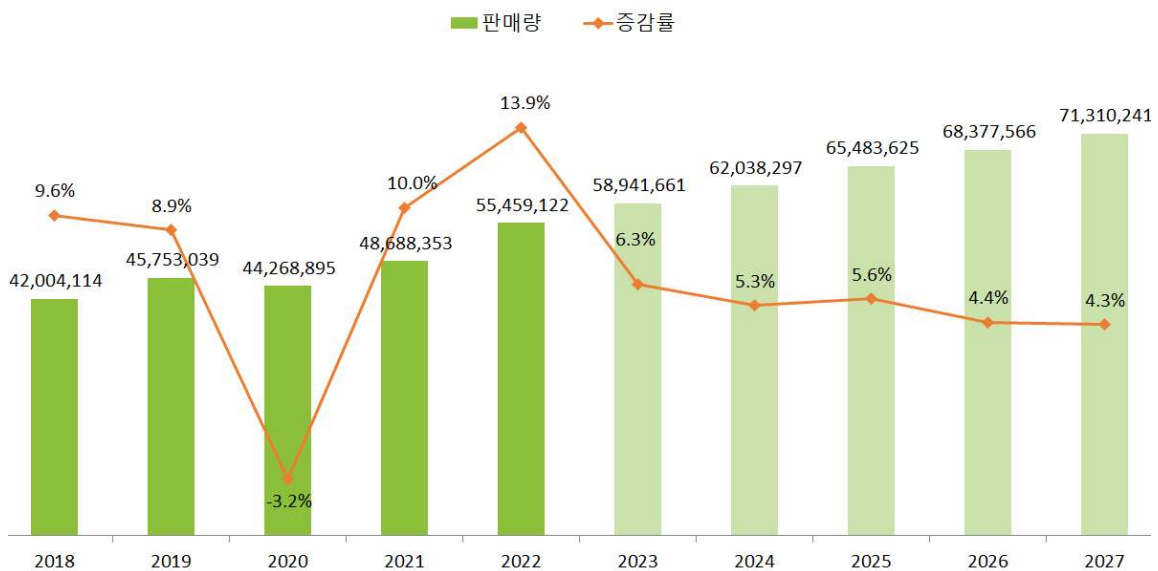
오프라인 시장 규모는 향후 2027년까지 연평균 성장률 4.9%로 증가하여 약 71조 3,102억 4,100만 루피(약 1,128조 1,280억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 11

인도 오프라인 시장 규모 추이(2018-2027년)

(단위: 백만 루피, %)



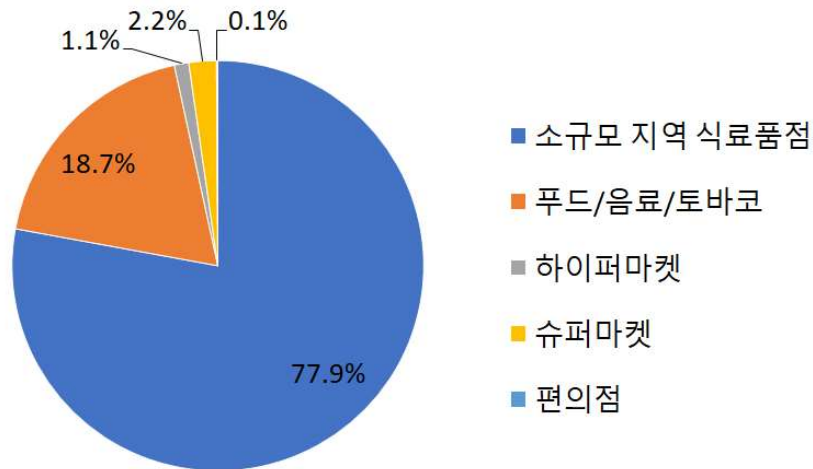
자료: Euromonitor International

인도 오프라인 유통채널은 크게 식료품점, 비식료품점, 직접 판매로 구분할 수 있음. 2022년 기준 식료품점이 67.2%로 가장 큰 비중을 차지했으며, 이어서 비식료품점(32.5%), 직접 판매(0.3%) 순으로 나타남

- 식료품점 중에서는 소규모 지역 식료품점이 77.9%로 가장 큰 비중을 차지했으며, 이어서 식품·음료·담배 전문점(18.7%), 슈퍼마켓(2.2%), 하이퍼마켓(1.1%), 편의점(0.1%) 순임



그림 12 인도 식료품점 중 세부 점유율 현황(2022년)



자료: Euromonitor International

소규모 지역 식료품점은 인도 소매 시장에서 지속적으로 높은 점유율을 차지하고 있음. 코로나19 기간에도 소비자들이 접근성이 높은 소규모 지역 식료품점에서 쇼핑하는 것을 선호하여 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓과 같은 현대식 식료품점보다 타격을 덜 받음

- 인도는 아직까지는 현대식 식료품 매장의 보급률이 상대적으로 낮은 편임. 반면, 소규모 지역 식료품점은 오랜 기간 높은 점유율을 차지해오며 소비자들에게 제품 판매 외에 소액 대출, 주문형 상품 제공과 같은 서비스를 제공하여 신뢰 관계를 구축해옴
- 이러한 점들은 현대식 식료품점이나 온라인 시장이 점유율을 확대하기 쉽지 않은 요소로 작용함. 이에 Amazon이나 Walmart는 소규모 지역 식료품점과 협력하여 상품을 판매하고, 운영을 디지털화할 수 있도록 지원하고 있음
- 대표적인 예로, Amazon은 소규모 지역 식료품점인 Kirana 매장을 Amazon의 '로컬샵'에 등록하여 온라인에서 제품을 판매할 수 있도록 하고 있음

온라인 유통채널

2022년 인도 온라인 시장 규모는 전년 대비 18.9% 증가한 3조 9,608억 5,400만 루피(약 62조 6,607억 원)를 기록할 것으로 예측되며, 최근 5년간(2018~2022년) 연평균 성장률은 약 23.0%를 기록함

- 팬데믹 기간 온라인 시장은 소셜 커머스를 활용한 마케팅으로 높은 성장세를 보임. 일부 온라인 플랫폼들은 제품 홍보와 더불어 소비자와 상호 작용할 수 있는 라이브 비디오 플랫폼을 출시하여 소비자들의 구매를 이끌고 있음
- 인도 온라인 시장 여전히 전체 소매 시장에서 차지하는 비중은 낮지만 향후 성장 잠재력이 높은 것으로 분석됨

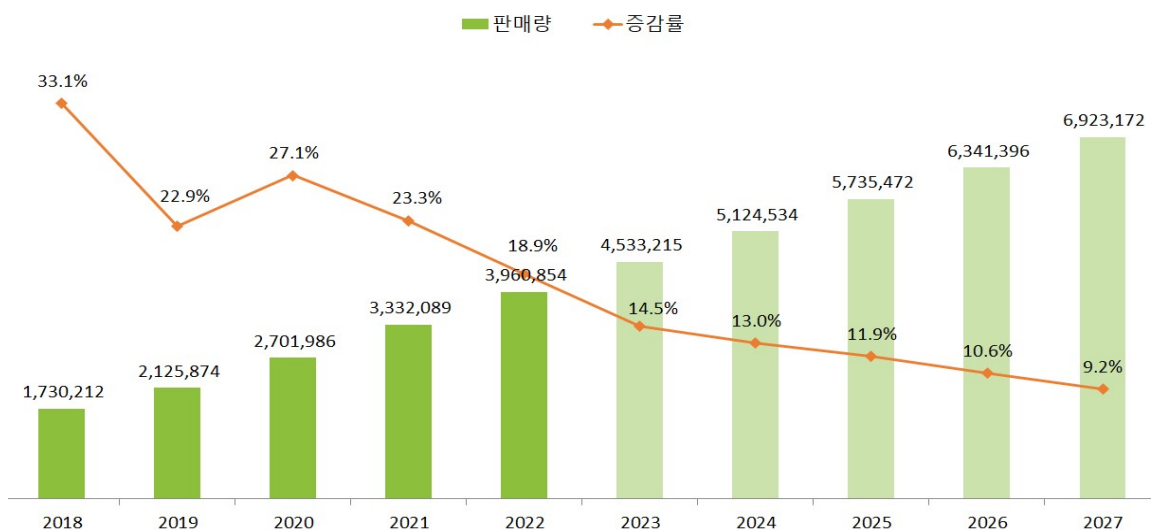
인도 온라인 시장은 향후 2027년까지 연평균 성장률 11.2%로 증가하여 약 6조 9,231억 7,200만 루피(약 109조 5,938억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 13

인도 온라인 시장 규모 추이(2018~2027년)

(단위: 백만 루피, %)



자료: Euromonitor International

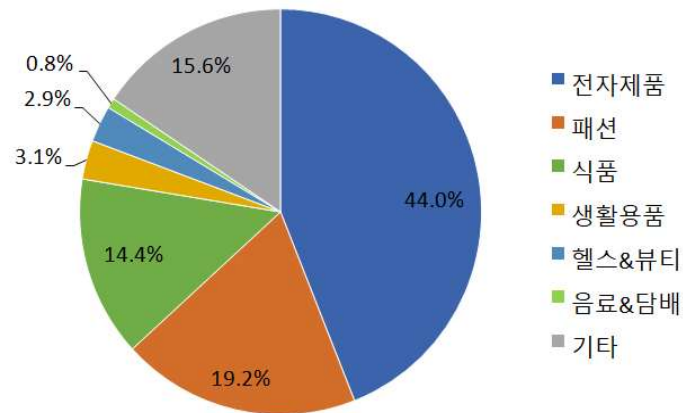
2022년 기준 온라인 시장 품목별 매출은 전자제품이 44.0%로 가장 큰 비중을 차지했으며, 이어서 패션(19.2%), 기타(15.6%), 식품(14.4%), 생활용품(3.1%), 헬스&뷰티(2.9%), 음료&담배(0.8%) 순으로 나타남

- 식품 품목의 매출은 2018년 792억 1,900만 루피(약 1조 2,517억 원)에서 2022년 5,687억 2,200만 루피(약 8조 9,858억 원)로 증가하여 최근 5년간(2018~2022년) 연평균 성장률 63.7%로 가장 크게 증가함
- 이어서 음료&담배(53.2%), 전자제품(48.8%), 헬스&뷰티(29.7%) 순으로 높은 성장세를 보임



그림 14

인도 온라인 시장 품목별 매출 점유율(2022년)



인도 온라인 시장의 주요 업체로는 Walmart, Amazon.com, One97 Communications, Tata Digital, Reliance Retail 등이 있음. 2022년 기준 상위 3개 업체의 점유율이 약 89.5%를 차지함

- Flipkart는 아마존의 저비용 모델을 벤치마킹하여 크게 성공했으며, 현재 인도 내에서 전자상거래 단일 브랜드로서는 가장 큰 규모의 온라인몰임
- Walmart는 2018년 Flipkart의 지배 지분을 인수하였으며, 현재 Walmart와 Amazon이 인도 전자상거래 매출의 80% 이상을 차지함



그림 15

인도 온라인 시장 업체별 점유율 추이(2018-2022년)

(단위: %)

브랜드명		업체명	2018	2019	2020	2021	2022
1	Flipkart	Walmart	39.7	41.5	40.5	42.8	45.6
2	Amazon	Amazon.com	28.6	30.5	30.7	33.5	35.4
3	Myntra	One97 Communications	4.6	3.9	3.6	3.7	3.4
4	Bigbasket	Tata Digital	3.4	3.3	2.9	2.9	3.1
5	Urban Ladder	Reliance Retail	2.5	1.6	1.5	1.9	2.0
상위 5개사 총합			78.8	80.8	79.2	84.8	89.5
기타 업체 총합			21.2	19.2	20.8	15.2	10.5
총계			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

인도 헬스&뷰티 전문점

Euromonitor에 따르면, 2022년 인도 헬스&뷰티 전문점 시장 규모는 전년 대비 약 11.9% 증가한 2조 2,515억 2,900만 루피(약 35조 6,642억 원)를 기록할 것으로 예측되며, 최근 5년간(2018-2022년) 연평균 성장률은 약 11.7%를 기록함

- 코로나19로 기존 뷰티 리테일 업체들은 큰 타격을 입었으나, 온라인 판매는 호조를 보임. 팬데믹 기간 인플루언서 마케팅, 소셜 미디어 트렌드에 발맞춰 인도 헬스&뷰티 전문점은 새롭고 다양한 전자 상거래 플랫폼으로 발전함.
- 스마트 거울, 앱, 가상 체험 등을 통해 소비자가 구매 전 제품을 테스트할 수 있는 기능들이 개발되면서 온라인을 통한 구매가 점차 대중화되었음

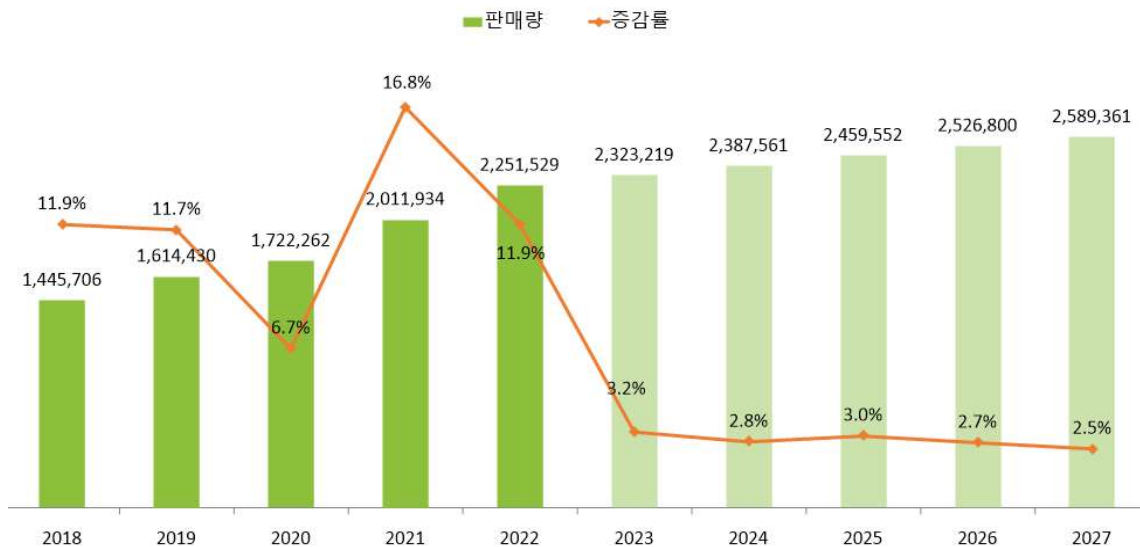
인도 헬스&뷰티 전문점 시장 규모는 향후 2027년까지 연평균 성장률 2.7%로 증가하여 약 2조 5,893억 6,100만 루피(약 41조 155억 원)에 이를 것으로 전망됨



그림 16

인도 헬스&뷰티 전문점 시장 규모 추이(2018-2027년)

(단위: 백만 루피, %)



자료: Euromonitor International

인도 헬스&뷰티 전문점은 약국, 안경점, 뷰티 전문점으로 구분할 수 있음. 2021년 기준, 약국이 1조 9,705억 9,400만 루피(약 31조 2,143억 원)로 전체의 87.5%를 차지함

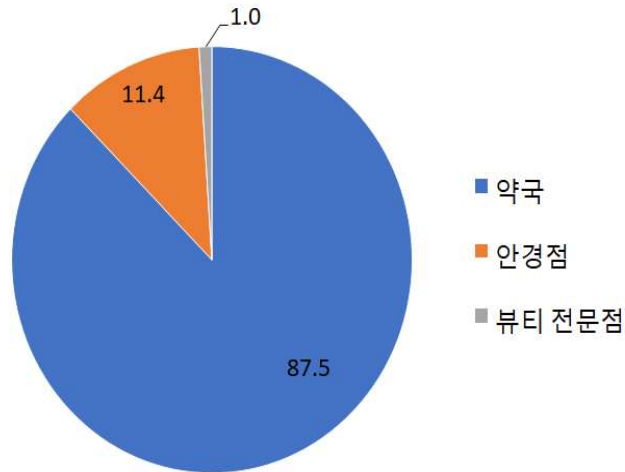
- 이어서 안경점(11.4%), 뷰티 전문점(1.0%) 순으로 나타남



그림 17

인도 헬스&뷰티 전문점 세부 유형별 비중(2022년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International

인도 헬스&뷰티 전문점 시장 주요 업체로는 Apollo Hospitals Enterprises, Medplus Health Services Pvt Inc, Natura&Co, Tata Group, Himalaya Drug Co, Estée Lauder Cos Inc, Lenskart Solutions Pvt Inc 등이 있음

- 2022년 Apollo Hospital이 2.9%의 점유율로 1위를 차지했으며, 이어서 Medplus Health Services Pvt Inc(1.7%), Natura&Co(0.2%), Tata Group(0.2%) 순으로 나타남



그림 18

Apollo Pharmacy에서 판매 중인 영유아 이유식



Easum Rice & Moong Dal Baby Cereal, 6 to 24 Month...



Nestle Cerelac Baby Cereal with Milk Wheat Multigrain ...



Nestle Cerelac Baby Cereal with Milk Wheat Apple (Fro...

자료: Apollo Pharmacy

하이퍼마켓/슈퍼마켓

1. DMart

		간략 소개 및 주요 이슈	- 2002년 설립, 현재 약 306개의 매장 운영 중 - 식품, 생활용품, 의류, 주방용품, 가전제품 등 다양한 제품을 경쟁력 있는 가격으로 판매 - Avenue Supermarts Ltd.(ASL)가 소유한 기업. 자회사로 Dmart, Dmart Minimax, DMart Premia, DHomes, Dutch Harbour 등이 있음 - 입점 문의 (https://www.dmartindia.com/partner-with-us)
유통채널명	Dmart		
연락처	+91 22 33400500	본사 소재지	Anjaneya Cooperative Housing Society Ltd, Opposite Hiranandani Foundation School, Orchard Avenue, Powai, Mumbai, Maharashtra - 400076
홈페이지	www.dmartindia.com		

2. Reliance Smart

		간략 소개 및 주요 이슈	- 2006년 설립. Reliance 기업 소속 - 신선식품, 베이커리, 가정용품, 의류 등을 취급 - 슈퍼마켓 체인인 Reliance Smart는 다른 자회사 체인들과 함께 위치해 있는 경우가 많음 - Top Global Retailers 중 56위에 속함 - 모회사인 Reliance Retail은 약 4,000개의 매장 보유
유통채널명	Reliance Smart		
연락처	+91-22-61220220	본사 소재지	502, Plot No. 91/94 Prabhat Colony, Santacruz(East) Mumbai MH 400055 India
홈페이지	www.reliancesmart.in		

온라인몰

1. Amazon Fresh

		간략 소개 및 주요 이슈	- 2021년 자회사 Fresh와 Pantry를 하나의 플랫폼으로 통일시킴 - 인도 내 약 300개 도시에서 주문 가능
유통채널명	Amazon Fresh		
연락처	1800-3000-9009	본사 소재지	410 Terry Ave N Seattle, Washington, 98109-5210 United States
홈페이지	www.amazon.in		

2. Flipkart Supermart

		간략 소개 및 주요 이슈	- 2007년 설립된 대표적인 인도 전자상거래 쇼핑몰 - 아기용품, 서적, 의류, 가전제품 등 다양한 제품을 판매함 - 하루 온라인 방문객 수 1,000만 명, 등록된 사용자 약 1억 명 - 입점 문의(seller.flipkart.com)
유통채널명	Flipkart Supermart		
연락처	0803-778-6001 regulatory@flipkart.com	본사 소재지	Buildings Alyssa, Begonia & Clover, Embassy Tech Millage, Outer Ring Road, Devarabeesanahalli Village Bengaluru, Bangalore, Karnataka 560103 India
홈페이지	www.flipkart.com		

3. BigBasket

		간략 소개 및 주요 이슈	- 2011년 설립된 Innovative Retail Concepts Private Limited 소유의 인도 최대 온라인 식품 매장 - 신선식품, 향신료, 포장 제품, 육류 등 다양한 품목 취급 - 인도 내 30개 이상 도시에서 서비스를 하며, 월 1,500만 건의 주문이 이루어짐 - 하루 4개 시간대 중 선택하여 배송 요청 가능 - 벤더 문의(vendorconnect@bigbasket.com)
유통채널명	BigBasket		
연락처	1860-123-1000	본사 소재지	Supermarket Grocery Supplies Pvt. Ltd. 2nd Floor, Fairway Business Park, Embassy Golf Link, Challaghatta, Bangalore, Karnataka 560071
홈페이지	www.bigbasket.com		

헬스&뷰티 전문점

1. Apollo Pharmacy

		간략 소개 및 주요 이슈	- 1987년 설립된 약국 체인으로, 온라인몰 및 인도 주요 지역에서 4,500개 이상의 매장을 운영 중임 - 국제 품질 인증을 받은 약국으로 24시간 운영하며, 정품 의약품을 제공함 - 비타민 및 보조제, 베이비 케어, 퍼스널 케어, 건강 및 영양 식품, OTC 등 다양한 카테고리에서 5,000개 이상의 제품을 취급하고 있음 - 또한, 비타민 및 보충제, 건강식품, 구강 케어, 스킨케어, 퍼스널 케어, 베이비 케어 등의 품목에서 400개 이상의 Apollo 브랜드 제품을 보유함
유통채널명	Apollo Pharmacy		
연락처	+91-9355247247	본사 소재지	Apollo Pharmacies Limited #19, Bishop Gardens, Raja Annamalaipuram, Chennai, Tamil Nadu- 600028
홈페이지	www.apollopharmacy.in	입점문의 (E-mail)	brandlisting@apollopharmacy.org

III

통관 및 제도



01

통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수입신고
서류 준비

① 정식 수출신고:

목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출

② 목록통관:

- 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식 통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
- 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
- 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음

③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간이한 방식으로 수출신고를 할 수 있음

- FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출신고의 어려움을 해소할 수 있음
- 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세 환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재기간 연장이 가능함

인도 통관 절차 - 사전 절차

사전 절차

영유아 이유식의 HS CODE는 제1901.10호이며, 해당 세번은 인도의 수입 금지 또는 제한 품목에 해당하지 않으므로, 식품 수입 면허 및 수출입자 코드 발급을 통해 인도로 수출이 가능함. 수출입 금지/제한 품목은 인도 DGFT(Directorate General Of Foreign Trade)에서 확인 가능함²⁾

① 개요

2016년 개정된 Food Safety and Standards(Food Import) Regulations, 2016에 따르면 인도에 식품을 수입하기 위해서는 식품 수입 면허를 의무적으로 취득해야 함. 따라서, 수입 면허를 취득하지 않으면 인도에서 식품을 수입할 수 없음

면허는 FSSAI(Food Safety and Standards Authority of India) 시스템³⁾에 접속하여 전자적 방법으로 신청서 작성이 가능함. 단, 작성된 신청서는 온라인으로 접수된 날부터 15일 이내에 FSSAI 관할지로 오프라인에 직접 제출되어야 함

② 면허 취득 절차

다음은 신규 면허 취득 절차이며, 모든 절차 단계에서 당국은 FoSCoS를 통해 신청인에게 질의를 할 수 있음. 모든 질의는 30일 이내에 답변을 제출해야 하며, 기한이 경과되면 자동으로 신청이 거절됨

③ 수수료

수수료는 품목 및 업종에 따라 다르며, 의뢰 기업 업종인 도소매·유통업을 기준으로 수수료는 다음과 같음⁴⁾

④ 제출 서류

제출 서류도 수수료와 마찬가지로 품목 및 업종에 따라 다르며, 의뢰 기업 업종인 도소매·유통업을 기준으로 수수료는 다음과 같음⁵⁾

업종	구분	면허 종류	수수료
도매업	매출액 연간 3억 루피 초과	중앙 면허	7,500루피
	매출액 연간 3억 루피 이하	지방 면허	2,000루피
소매업, 유통업	매출액 연간 2억 루피 초과	중앙 면허	7,500루피
	매출액 연간 2억 루피 이하	지방 면허	2,000루피

2) Import Policy – Restricted/Prohibited Item Details – www.dgft.gov.in/CP/?opt=itchs-import-export

3) FSSAI FoSCoS(Food Safety Compliance System) – foscos.fssai.gov.in

4) Fee Structure – foscos.fssai.gov.in/public/assets/docs/KindofBusinessEligibilityLatest.pdf

5) Documents Required – New/Renewal of License

foscos.fssai.gov.in/public/assets/docs/KoBwiseDocumentsrequiredforLicense.pdf

1. 식품의 위치(the location of food unit) 선택⁶⁾

- 예: 기업 부지, 철도역, 공항, 항구



2. 사업 종류 및 자격 선택



3. 사업 세부 내용 입력 및 식품 종류와 제품을 선택



4. 17자리 ID 발행



5. 필수 서류 업로드



6. 면허 신청 수수료 납부

- 신규 및 갱신 신청 수수료: 100~7,500루피/년

- 면허 정정 수수료: 1,000루피



7. 서류 심사 및 선택한 '식품의 위치' 조사 진행(필요한 경우)



8. 면허 발급

- 면허가 발급되면 QR코드가 찍힌 사본이 자동으로 신청인 이메일과 계정으로 전송됨

- 별도 원본 서류는 발송되지 않음

- 면허 유효기간은 달리 명시되지 않는 한 신청인이 선택한 1~5년 동안 유효함

- 면허는 갱신할 수 있으며, 만료일 180일 이전까지 갱신 신청 가능함

- 신고서(Declaration Form) - 연간 예상 매출액 증명(자체 판단) - 주소 및 연락처가 있는 이사진 목록(법인에 한해 필수) - 식품 안전 관리 시스템 계획 또는 인증서(해당하는 경우)	- 정부 기관에서 발급한 주소가 기재된 이사진 신분증 - 건물 소유의 증명서(매매계약서, 임대료 약정서, 전기요금 고지서 등) - 회사 정관 - 양식 IX: 이사회 결의와 함께 회사에 의한 인사 지명
---	--

6) FoSCoS - Apply for New License - foscos.fssai.gov.in/apply-for-lic-and-reg

수출입자 코드
(IEC,
Importer-
Exporter
Code)

① 개요

인도에서 수출입을 하기 위해선 먼저 우리나라의 통관고유부호에 해당하는 수출입자 코드를 발급받아야 함. 수출입자 코드는 온라인 및 오프라인으로 신청 가능

② 발급 방법 및 구비서류

- 온라인: DGFT⁷⁾ IEC 신청 창에서 “Foreign Importer/Exporter”를 선택하고 정보를 입력하여 신청함. 납세번호(PAN; Permanent Account Number) 증서와 은행예금증서(Bank certificate of deposit)를 스캔하여 신청서와 함께 제출
- 오프라인: (Form-ANF 2A)에 은행 송금증 부분/여권 사이즈 사진 2매/ 납세번호(PAN)증서 사본을 첨부하여 DGFT에 제출

7) DGFT - Apply for IEC - www.dgft.gov.in/CP

인도 수입 통관 절차

1. 식품 수입 라이선스 취득 및 수출입자 코드 발급



2. 수입신고



3. 서류 심사 및 물품 검사



4. 관세 납부



5. 신고 수리 및 물품 반출

수입신고

① 개요

수입신고서를 작성하여 구비서류와 함께 세관에 제출하며, EDI 시스템을 통한 온라인 제출 또는 오프라인으로 제출 가능

② 제출 방법

- 온라인 제출: ICES(India Customs EDI) 시스템 ICES(India Customs EDI) 시스템⁸⁾을 통해 신고서 작성하여 제출
- 오프라인 제출: 수입자는 Bill of Entry 4부를 준비하여 2부는 세관에 제출, 1부는 거래 은행, 1부는 수입자가 보관함

서류 심사

- 서류 심사 후 물품 검사가 이루어지며, 서류 심사 내용은 다음과 같음. 서류 심사 결과 이상이 없다고 인정되는 경우에는 세관에 오프라인으로 신고 시 제출한 Bill of Entry 2부 중 1부를 수입신고인에서 반송함
- 수입신고된 물품이 수입 금지 또는 제한 품목에 해당하는지 여부
 - 운송인이 제출한 적하목록과 수입신고인이 제출한 Bill of Entry의 내용이 정확히 일치하는지 여부
 - 신고된 가격이 적절한 방법으로 결정되었는지 여부

8) www.icegate.gov.in/

물품 검사

① 검사 종류

식품 검사는 서류 검사, 육안 검사, 샘플 검사 중 선별된 방법으로 진행되며, 샘플 검사의 경우 검사수수료가 발생할 수도 있음

② 검사 소요 기간

인도의 식품 검사 절차는 1주에서 1개월이 소요되는 편이며, 샘플 테스트를 위한 시설이 부족해 검사 대기 제품들은 유료 보관창고에 장시간 방치되는 경우가 잦음. 일부 창고의 경우 음료 보관에 적합하지 않은 상태이므로 사전에 확인이 필요

③ 유의사항

- 식품은 통관 시 유통기한의 최소 60% 이상이 남아 있어야 함
- 수입자가 식품 수입 기준에 미치지 못하는 식품 수입을 시도할 경우 식품 수입 면허와 수출입 코드(Import-Export Code) 정지 및 취소 처분을 받을 수 있음
- 모든 식품 수입자는 반드시 자신의 Customs House Agent(CHA)를 지정하여야 하며, CHA는 식품 수입 제반 절차 및 관련 서류 업무를 담당하며 식품 수입 시 발생하는 문제에 대해 수입자와 같이 책임을 짐
- 컨테이너 하나에 여러 종류의 식품이 적재될 경우, 식품 검사관의 검사 및 샘플 채취 작업이 용이하도록 포장해야 함
- 물품 검사 시 특혜관세를 적용받은 물품의 경우 증빙이 충분치 않다는 이유로 통관을 거부하는 사례가 있으니 사전에 증빙을 갖추어 통관을 진행하는 것이 좋음. 신용공인프로그램(ACP) 제도 및 수출입 안전관리 우수공인업체(AEO) 제도를 활용한다면 통관을 위한 별도의 지정창고에서 검사가 이루어지고, 검사 생략 등 신속한 통관이 가능함

관세 납부

① 납부 방식

- 납세자는 TR-6 challan 서식을 이용하여 지정 은행에 관세 납부. 서류 심사 후 세관에서 받은 Bill of Entry 1부를 은행에 제시하면 은행은 배서를 통해 관세 납부를 증명함
- 인도는 전자 세금 납부 제도인 E-Payment system을 구축 완료하여 모든 세관에서 지정 은행을 통해 전자 납부가 가능함. 지정 은행⁹⁾은 ICES(India Customs EDI) 시스템에서 16개를 명시하고 있음

② 납부 연체료

인도는 관세 확정 이후 8일을 초과하면 납부 연체료를 연간 20% 복리로 부과하므로 기한 내 납부가 중요함

9) E-Payment 지정은행 리스트 - www.icegate.gov.in/guidelines/authorized-banks-e-payment

〈수입신고 시 제출 서류〉

- 서명된 상업송장
- 포장 명세서
- 선하증권 또는 항공화물운송장
- GATT 관세평가 신고서 양식
- 신용장, 보험증권(해당하는 경우)
- 수입허가자격증서(해당하는 경우)
- 검사증명서(해당하는 경우)
- 가능한 경우 카탈로그, 기계류, 예비품 또는 화학물질에 대한 목록, 기술문서 작성서류
- 원산지증명서(해당하는 경우)

02 인증

BIS(Bureau of India Standards) (필수)

1. 개요

인도 표준청(BIS, Bureau of India Standards)은 인도 소비·식품·유통부(Ministry of Consumer Affairs, Food and Public Distribution)의 산하기구로서, 제품 인증제도를 통해 최종소비자가 사용할 제품의 품질, 안정성, 신뢰성을 보장하기 위해 ISI 마크를 운영하고 있음. 섬유, 화학물질, 건축재료, 펌프, 금속, 전기·전자, 자동차 부품, 농업, 식음료, 가죽, 목재, 종이 등 85개 품목에 대해 16가지 분야로 인증을 운영하고 있음

기본적으로 ISI 인증은 자발적이거나, 공익, 인간, 동물 또는 식물 건강의 보호, 환경의 안전, 불공정 무역 관행의 방지 및 국가 안보 등을 위하여 특정 품목은 의무적으로 ISI 인증을 받도록 규정하고 있음. 의뢰 품목인 영유아 이유식과 유제품, 생수 등은 의무적으로 ISI 인증을 받아야 함¹⁰⁾. 영유아 이유식은 16개 분야 중 Food and Agriculture Department(FAD)에 해당하며, “IS 14433(Infant Milk Substitutes)” 인증을 받아야 함

2. 인증 절차¹¹⁾

BIS 인증 절차는 Option 1, Option 2, 총 2가지로 나뉘며, IS 14433은 Option 2에 해당하나 Option 2는 외국에 소재한 공장에는 적용되지 않기 때문에 아래 절차는 Option 1 기준의 인증 절차를 소개함

IS 14433의 경우, ISI 인증 의무 대상이지만 동시에 간소화된 절차(Simplified Procedure)¹²⁾에 따라 인증을 받을 수 있는 품목에도 해당함. 절차 이행 중 별도 이상이 발생하지 않는 한 신청서 제출부터 인증까지 30일 이내 처리가 가능하므로 사전 준비에 따라 비교적 빠른 인증 취득이 가능함

또한, 인도 내 최초 인증 신청 품목일 경우 별도 절차가 존재하나, 현재 IS 14433은 이미 15개의 인증 업체가 존재함¹³⁾

10) BIS - Products under Compulsory Certification

www.bis.gov.in/product-certification/products-under-compulsory-certification/scheme-i-mark-scheme/

11) BIS - Product Certification Process -

www.bis.gov.in/product-certification/product-certification-process/

12) List of Products Under Simplified Procedure

<https://www.bis.gov.in/wp-content/uploads/2021/04/List-of-Products-Under-Simplified-Procedure.pdf>

13) IS 14433 인증 취득 업체 리스트

www.services.bis.gov.in/php/BIS_2.0/bisconnect/knownyourstandards/Indian_standards/isdetails_mnd/6194

1. 인증 신청

- 온라인 신청¹⁴⁾ 또는 Form-V를 작성해서 관련 서류와 함께 제출



2. 공장 현장 평가 진행

- 제조 인프라, 생산 프로세스, 품질 관리 및 시험 능력 평가
- 소요 기간: 인도 내 공장 1일, 외국 소재 공장 2일
- 공장 방문 시 작성된 샘플 시험 보고서는 검토 목적으로 사용됨
- 제3자 실험실에서 별도 시험을 위한 제품 샘플 채취(1개 샘플만 채취)



3. 제3자 실험실에서 샘플 시험 진행

- 소요 기간: 제품에 따라 30일(1개월) 이상 소요 가능



4. IT 소프트웨어에 등록하여 고유번호 취득

- 샘플 시험이 진행되는 제3자 실험실에 고유번호와 샘플을 제출하고 영수증 수령
- 수령한 영수증을 IT 소프트웨어에 업로드



5. 샘플 시험 결과 보고서 승인

- 소요 기간: 공장 방문에서 이상이 발견되지 않고 샘플 시험 결과 적합하다고 판단된 경우, 신청일로부터 30일 이내 완료



6. 인증 취득(GoL, Grant of License)

- 인증 최초 사용허가(The licence to use Standard Mark) 기간: 최소 1년~최장 2년

다음 어느 하나에 해당하는 경우 신청서는 거절될 수 있음. 신청을 거절하기 전 거절 통지(a rejection notice)와 함께 21일 이내의 소명 기간이 주어짐. 해당 기간 내에 정당한 사유를 제시하지 못하는 경우 신청은 거절됨

14) ISI 인증 온라인 신청 - www.bis.gov.in/product-certification/product-certificatin-apply-online/

- 신청서 제출 후 30일 이내에 시험을 위해 샘플을 제출하지 않는 경우
- 제3자 실험실에서 진행되는 시험에서 부적합 판정을 받은 경우
- 신청인의 시험 시설 부족
- 신청인의 기술 인력 부족
- 부적합 자문 보고서(discrepancy-cum-advisory report)에 명시된 기간 내에 시정조치를 취하지 않은 경우
- BIS에 검사료 등 수수료를 납부하지 않은 경우
- 신청인이 인증 취득을 위해 서류를 변조한 경우
- 신청인이 인증 취득 및 운영과 관련하여 부정행위를 한 경우
- 공장 현장 평가 기간 동안 제조시설에서 이상이 발견된 경우
- 공장 현장 평가 기간 동안 인증 검사관에게 적절한 조력을 제공하지 않은 경우
- 두 번째 공장 현장 평가에서 부적합 사항이 발견된 경우

3. 인증 비용

① 검사 비용 등

검사 수수료(Inspection fee)는 미리 납부해야 하며, 샘플 시험료(Testing fee)는 Option 1의 경우 신청인이 부담함

② 인증 수수료

인증 수수료(Marking fee)는 인증 사용허가 기간에 따라 다르며, 해당 기간이 1년일 경우 최소 금액에 해당함. 인증 수수료는 인증 신청 시에 최소 금액의 50%를 선지급하며, 나머지 잔액은 인증 취득 시에 지급함

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points - 선택)

1. 개요

HACCP은 위해요소분석(Hazard Analysis)과 중요관리점(Critical Control Points)의 영문 약자로, 해썬 또는 식품안전관리인증기준이라 함

HACCP 제도는 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생 여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템적인 규정을 말함

- 국제 인증 규격인 HACCP 인증을 받음으로써 식품 안전성을 향상하고 제품의 경쟁력을 확보할 수 있음

2. 대상 품목

식품 및 축산물 안전관리인증기준 제4조에 따르면 이 기준은 「식품위생법」 및 같은 법 시행규칙, 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물 위생관리법」 및 같은 법 시행규칙에 따라 의무적으로 안전관리인증기준(HACCP)을 적용해야 하는 식품·축산물에 적용하며, 필요한 경우 그 이외의 영업장 또는 제품에 대해서도 적용할 수 있음. 다만 생산 식품이 해당 지역 내에서만 유통되는 도서지역의 영업자이거나 생산 식품을 모두 국외로 수출하는 영업자는 제외함

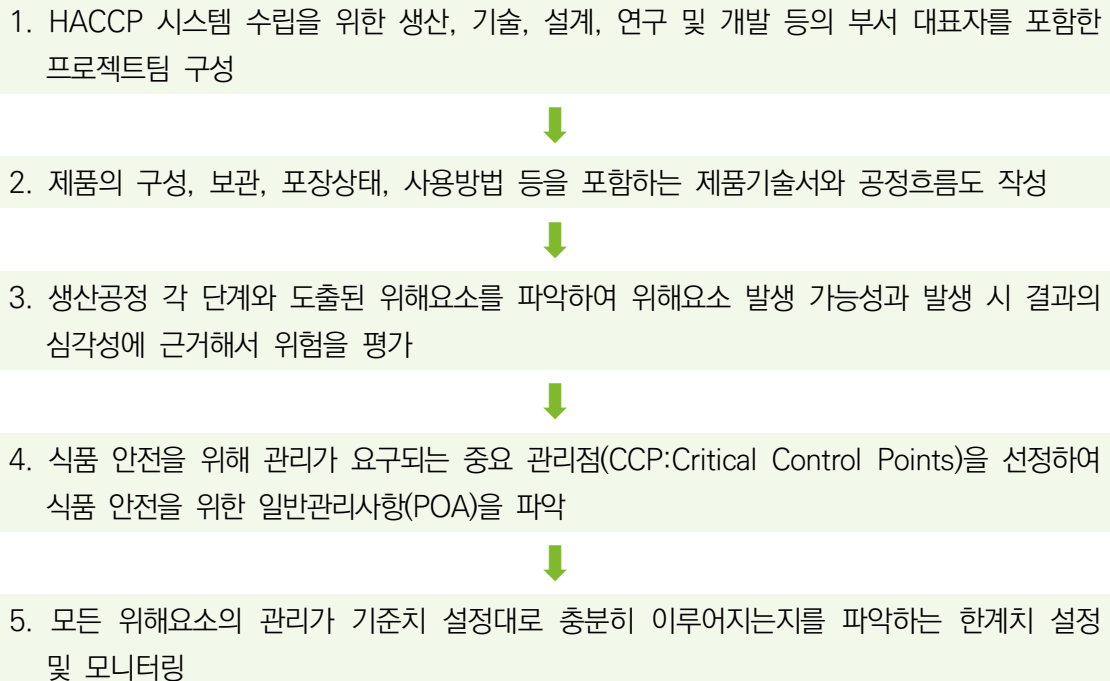
1) 식품

- 식품 제조·가공업, 식품 제조·가공업(운반급식), 식품 제조·가공업(주류 제조)
- 즉석판매 제조·가공업
- 식품첨가물 제조업
- 건강기능식품 제조업
- 식품 소분·판매업(식품 소분업, 기타 식품 판매업)
- 식품 냉동·냉장업 등

2) 축산품

- 식육포장처리업
- 축산물 가공·보관·운반·판매업
- 가축 사육업
- 사료 제조업 등

3. 인증 절차¹⁵⁾



4. 제출 서류

HACCP을 신청할 경우 다음과 같은 서류가 필요함

- HACCP 신청서
 - 식품인 경우 전 품목 전 업종 인증심사비용은 20만 원임
- 식품안전관리인증 계획서
 - 중요 관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선 조치 및 검증 방법을 기술한 자체계획서 등
- 영업등록증 사본
- 사업자등록증 사본
- 영업신고필증
 - 대표자, 업소명, 주소, 영업의 종류, 실제 운영 면적이 확인되어야 함
- HACCP 교육수료증
 - 경영인 과정(94시간 이상): 대표자
 - 종업원 과정(24시간 이상): 직원 중 1인
- 영업을 위해 필요한 서류
 - 일일 위생 점검기록, 위생교육 수료증 및 위생교육 기록
 - 종사자 건강검진 관련 서류
- 품목별 HACCP 관리 기준서에 따른 서류

15) 식품 제조업체 HACCP 적용절차

<https://fresh.haccp.or.kr/haccp/introduction/haccpIntroduction.do?tp=5>

5. 인증 기관

한국식품안전관리인증원 홈페이지를 통해 HACCP 인증절차 및 검사기관을 확인할 수 있음

한국의 HACCP은 식품, 축산물, 사료의 세 종류로 나뉘며 식품과 축산물은 식품의약품안전처에서, 사료의 경우 농림축산식품부에서 담당하여 관리하고 있음

- 식품의약품안전처: 식품의 원료 관리 및 제조·가공·조리·유통의 모든 과정에서 위해한 물질이 식품에 섞이거나 식품이 오염되는 것을 방지하기 위하여 각 과정의 위해요소를 확인·평가하여 중점적으로 관리하는 기준임
- 농림축산식품부: 축산물의 원료관리, 처리·가공 및 유통의 전 과정에서 위해 물질이 해당 축산물에 혼입되거나 오염되는 것을 사전에 방지하기 위하여 각 과정을 중점적으로 관리하는 기준임

6. 의무 적용 대상

1) 개요

식품의약품안전처에 따르면 2021년 12월 1일부터 의무 적용 식품이 확대됨. 기존에는 연매출액과 종업원 수에 따라 차등 적용해왔으나, 12월 1일부터는 매출 규모에 상관없이 의무 적용 대상 식품에 해당하면 반드시 적용하여야 함

2) 대상 식품

- 수산가공식품류의 어육가공품류 중 어묵·어육소시지
- 기타 수산물가공품 중 냉동 어류·연체류·조미가공품
 - 어류·연체류: 어류 또는 연체류를 주원료(50% 이상)로 단순 절단, 가공하여 냉동한 식품(빵가루 입힘 포함)(절단하거나, 가공)
 - 조미가공품: 어류 또는 연체류를 주원료(50% 이상)로 하여 소스 등을 첨가, 조미하여 그대로 냉동하거나 가열·조리 등을 거쳐 냉동한 식품
- 냉동식품 중 피자류·만두류·면류
 - 냉동식품(면류): 생면, 숙면, 건 면을 냉동한 식품
- 과자류, 빵류 또는 떡류 중 과자·캔디류·빵류·떡류
- 빙과류 중 빙과
- 음료류(커피류는 제외한다)
- 레토르트식품
- 절임류 또는 조림류의 김치류 중 김치
 - 배추를 주원료로 하여 절임, 양념 혼합과정 등을 거쳐 이를 발효시킨 것이거나 발효시키지 아니한 것 또는 이를 가공한 것에 한함
- 코코아 가공품 또는 초콜릿류 중 초콜릿류
- 면류 중 유당면 또는 곡분, 전분, 전분질 원료 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수로서 생면·숙면·건면

- 국수: 곡분 또는 전분, 전분질 원료, 변성전분 등을 주원료로 반죽하여 손이나 기계 따위로 면을 뽑아내거나 자른 국수
- 냉면, 당면, 파스타, 수제비, 만두피, 분모자(중국 동북 지방의 당면)는 의무대상이 아님
- 특수용도식품(특수영양식품, 특수의료용도식품)
- 즉석섭취·편의식품류 중 즉석섭취식품
- 즉석섭취·편의식품류의 즉석조리식품 중 순대
 - 소나 돼지의 창자에 여러 가지 재료를 소로 넣어 삶거나 찐 제품(순대국, 순대볶음 제품에 들어가는 순대를 직접 제조하는 경우 의무 적용에 해당)
- 식품 제조·가공업의 영업소 중 전년도 총 매출액이 100억 원 이상인 영업소에서 제조·가공하는 식품

3) 유예 기간

식품의약품안전처는 식품안전관리인증(HACCP) 의무 적용 시행 시기를 2020년 12월 1일부터 2021년 12월 1일까지 1년 유예함. 다만, 의무 대상 식품 제조·가공업체로서 2020년 12월 1일부터 영업을 신규로 등록하려는 경우에는 사전에 반드시 인증을 받아야 함

4) 행정처분

HACCP 인증 의무 적용 대상임에도 불구하고 인증을 받지 않고 제품을 생산할 경우 1차 영업정지 7일, 2차 영업정지 15일, 3차 영업정지 1개월에 해당하는 행정처분을 받게 됨

03 라벨링

- 라벨에 표기, 인쇄되거나 그림으로 표현되는 모든 정보는 인도 라벨링 규정을 준수해야 함
- 모든 라벨은 눈에 잘 보이는 곳에 표시하고, 읽기 쉽고 명확하게 표현해야 함
 - 제품이 외부 용기 및 포장지로 다시 한번 포장되는 경우 외부 용기 및 포장지에도 라벨이 부착되어야 함
 - 라벨의 내용은 허위로 작성할 수 없고, 오해의 소지가 있는 표현을 사용할 수 없음
 - 액체로 구성된 식품의 경우 라벨링 표기 대상에서 제외됨

 그림 19 인도 라벨링

담당 기관		인도 식품안전표준청(Food Safety and Standards Authority of India, FSSAI)	
적용 규제		Food Safety and Standards(Labelling and Display) Regulation	
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	- 식품명 - 성분목록 - 영양정보 - 채식/비채식에 관한 선언(마크 표시) - 식품 첨가물 목록 - 제조업체명 및 주소 - 순수량 - 로트(Lot) 번호, 코드, 배치식별 - 제조 및 포장 날짜 - 유통(사용)기한 - (수입식품의 경우) 원산지 - 사용법	
	라벨 표기사항 (가이드)	식품명	- 포장에 포함된 식품의 상품명 또는 제품명 표기
		성분목록	- 성분의 무게 또는 부피를 기준으로 내림차순 정렬 (단일 성분의 제품은 제외) - 성분표에는 '성분(Ingredients)'이라는 용어와 같이 적절한 명칭이 포함되어야 함 - 제품에 사용된 성분의 성분명은 제조 당시 각 구성요소의 무게 또는 부피를 기준으로 내림차순하여 기재함
		영양정보	- 100g, 100ml 또는 1인당 제공량을 기준으로 칼로리, 단백질 및 탄수화물의 양, 지방, 영양상 또는 건강상 강조성분에 대한 정보 표기

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	채식/비채식에 관한 선언(마크표시)	- 포장의 주요 면 또는 식품의 이름 및 브랜드명과 가까운 곳에 채식/비채식 마크 표시 - 비채식자용 제품은 조류, 해산물, 동물성 성분(우유 및 유제품 제외)이 포함되어 있는 경우 반드시 표시
		식품 첨가물 목록	- 제조 시 사용된 식품 첨가물 리스트 표기
		제조업체명 및 주소	- 제조업체 및 포장업체의 이름 및 주소, 수입식품의 경우 수입자명, 주소 표기
		순수량	- 무게, 부피, 또는 수 기준으로 순 중량 표시
		로트(Lot) 번호, 코드, 배치식별	- 식품의 제조 및 유통을 추적할 수 있는 고유 식별마크
		제조 및 포장날짜	- 제품의 제조, 포장, 사전 포장된 일자를 '일/월/년' 순으로 표기
		유통(사용)기한	- 제품의 유통기한을 대문자로 '월/년' 표기
		(수입식품의 경우) 원산지	- 수입식품의 경우 제품 원산지 표기
		사용법	- 필요한 경우, 제품의 사용법을 라벨에 표시



그림 20 채식/비채식 마크



채식(Vegetarian Food) 마크



비채식(Non-Vegetarian Food) 마크

자료: 인도 식품안전표준청(FSSAI)

04 위생요건

식품 첨가물 규정

인도는 식품 첨가물 규정을 보건가족복지부(Ministry of Health and Family Welfare)와 식품안전표준청(Food Safety and Standards Authority of India, FSSAI)에서 담당하고 있음

- 보건가족복지부는 인도의 보건 행정과 가족 복지에 대한 업무를 담당하는 기관으로, 산하에 크게 보건가족복지부와 보건연구부(Department of Health Research)로 구분되어 있음
- 식품안전표준청(Food Safety and Standards Authority of India, FSSAI) · 보건가족복지부 산하의 독립적인 기관으로, 2006년 식품안전표준법(Food Safety and Standards Act, 2006)에 바탕을 두고 설립됨
 - 식품 안전에 대한 규제 및 감독 담당
 - 인도 내 식품의 제조, 보관, 유통, 판매, 수입과 관련해 식품 안전을 위해 필요한 모든 절차와 규제를 관할
 - 세부적인 내용은 2017년 9월 11일에 발표된 식품안전표준규정¹⁶⁾ 2017(Food Safety and Standard Regulation 2017)에 의거함
- 식품 표준 및 식품 첨가물 규정에 명확하게 제시되어 있지는 않지만, 관련 규정 내용에 의거 다음과 같이 정의할 수 있음
 - 식품에 원하는 효과를 달성하기 위해 첨가되는 물질로, 식품의 제조, 처리 또는 포장에서의 사용 결과에 따라 식품의 구성요소가 되나 식품 자체의 그 어떠한 물리적 또는 기술적 효과를 주기 위한 물질이 아님

인도 식품 첨가물 사용기준 표기에 대한 범례

- 우수제조관리기준(GMP) 준수: 식품 첨가물 목록에 등재되어 해당 품목에 사용할 수 있으나 사용기준이 없는 경우로, 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice)에 따라 사용이 가능함
- 식품 첨가물 이행(carry over)
 - 이행을 통해 식품에 존재하는 첨가물은 각 식품에 허용된 최대량을 넘지 않는 선에서 일반적으로 허용됨
 - 이행은 해당 공정에서 사용하지 않았지만 식품 첨가물이 식품 원재료 자체에서 유래하거나 식품 첨가물이 이미 들어간 재료를 사용하여 이행되어 검출되는 경우를 의미
- 특정 식품 사용 금지
 - 식품 첨가물 규정에 수록되어 있으나 해당 품목에 사용할 수 없음

16) 식품 표준 및 식품 첨가물 규정

<https://archive.fssai.gov.in/home/fss-legislation/fss-regulations.html>

- 하기 표는 영유아 이유식에 적용되는 인도 식품 첨가물 기준 중 일부이며, 더욱 자세한 내용은 KATI농식품수출정보(www.kati.net) 또는 인도 식품안전표준청 홈페이지 내 규정에서 확인할 수 있음

 **그림 21** 영유아 이유식에 적용되는 식품 첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대 허용량	식품 유형
1	수산화암모늄	ammonium hydroxide	GMP(산도조절제 목적으로 사용 가능)	영·유아용 이유식
2	글리세롤	glycerol	GMP	
3	폴리에틸렌 글리콜	polyethylene glycol		
4	올레산	oleic acid		
5	솔비탄 모노라우레이트	sorbitan monolaurate	1mg/kg	

자료: 인도 식품안전표준청(FSSAI), KATI농식품수출정보

유해물질

인도로 식품을 수출하기 위해서는 인도 식품안전표준청에서 규정하는 식품안전표준규정에 따라 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함

- 식품안전표준규정에는 오염물질, 독소 및 잔류물 규정에 유해물질에 대해 자세하게 제시하고 있음
 - ‘오염물질’은 식품에 의도적으로 첨가된 물질이 아니라, 환경오염의 결과로 곡물 재배, 축산 및 수의학 활동을 포함한 식품 생산, 제조, 가공, 재료 준비, 처리, 포장, 운송 혹은 보관 과정에서 식품에 첨가되는 모든 물질로 정의됨
- 유해물질의 식품 분류는 오염물질, 독소 및 잔류물 규정(Contaminants, Toxins and Residues)¹⁷⁾에 제시된 식품 및 식품군을 중심으로 연구진이 분류 체계를 만들
- 하기 표는 영유아 이유식에 적용되는 인도 유해물질 규정이며, 더욱 자세한 내용은 KATI농식품수출정보(www.kati.net) 또는 인도 식품안전표준청 홈페이지 내 규정에서 확인할 수 있음

 **그림 22** 영유아 이유식에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품 유형
1	메틸수은	Methyl Mercury	0.25ppm(원소로 측정)	영·유아용 이유식
2	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.1ppm	
3	비소	Arsenic(As)	0.05ppm	

자료: 인도 식품안전표준청(FSSAI), KATI농식품수출정보

17) 식품안전표준규정 중 오염물질, 독소 및 잔류물 규정
<https://archive.fssai.gov.in/home/fss-legislation/fss-regulations.html>

IV

시사점



01 수출 확대 방안

인도 영유아 이유식 시장의 특징

인도 영유아 이유식 시장 규모는 지속적으로 성장 중임

- 인도 소비자들의 유아 건강 및 웰빙에 대한 인식 향상과 소득 증가로 영유아 이유식 시장이 증가하고 있는 것으로 나타남. 특히, 면역과 건강을 중요시함에 따라 천연 성분으로 만든 고품질 유기농 이유식에 대한 수요가 높아지고 있음

초국적 기업과 상위 3개 수입국이 독식하고 있는 시장

- 인도 영유아 이유식 시장은 Nestlé, Danone(Nutricia), Abbott 같은 초국적 기업들이 높은 점유율로, 2022년 기준 이들 3개 기업은 전체 시장의 약 78%를 차지함
- 상위 3개 수입국(태국, 싱가포르, 네덜란드)이 전체 시장을 거의 독식하고 있음

헬스&뷰티 전문점과 전통적 유통채널이 지배적인 시장임

- 인도는 아직까지 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 같은 현대식 식료품 매장의 보급률이 상대적으로 낮은 국가임
- 영유아 이유식의 주요 소비 채널은 헬스&뷰티 전문점과 소규모 지역 식료품점으로 조사됨

수출 확대 방안

헬스&뷰티 전문점 입점 공략

- 인도의 소규모 지역 식료품점은 주로 가족이 운영하는 영세한 골목 가게로 수출 기업이 개별적으로 진입하기는 힘든 유통 채널임
- 반면, 헬스&뷰티 전문점은 영유아 식품 판매의 점유율도 비교적 높고, 입점과 관련한 시스템도 체계적으로 갖추어져 있음. 또한, 온라인몰을 함께 운영하는 경우가 많아 온/오프라인 동시에 판매가 가능한 이점도 있어 가장 적합한 유통채널로 보여짐

온라인을 활용한 마케팅

- 인도는 높은 스마트폰과 인터넷 보급률로 온라인몰이 최근 높은 성장세를 보이고 있음. 이에 따라 많은 기업들은 소셜 미디어를 활용하여 제품을 홍보하여 고객이 체험 후 구매할 수 있도록 온라인을 통한 마케팅을 펼치고 있음
- 현지에서 제품 인지도가 높지 않은 제품일수록 이러한 온라인 마케팅을 활용하여 소비자들의 관심을 끄는 것이 중요할 것으로 판단됨

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 화경산업연구원(华经产业研究院)
4. Business Insider
5. Statista
6. Amazon Fresh(www.amazon.in)
7. Dmart(www.dmartindia.com)
8. Flipkart(www.flipkart.com)
9. Bigbasket(www.bigbasket.com)
10. Reliance Smart(www.reliancesmart.in)

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Baby Food in India", 2022.09
2. Euromonitor International, "Health and Beauty Specialists in India", 2023.03
3. Euromonitor International, "Retail in India", 2023.03
4. Euromonitor International, "Retail E-Commerce in India", 2023.03
5. Euromonitor International, "Small Local Grocers in India", 2023.03

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.